

【論 文】

CM 音楽及びテレビ番組・映画における テーマ音楽の浸透 II 1 年前の調査との比較

—学生を対象とした調査結果の分析を通して—

岩 瀬 由 佳

Osmosis of CM music and the theme music in a TV program and a movie II
Comparison with an investigation 1 year before
—Through analysis of the findings for students—

Yuka IWASE

はじめに

昨年度の「CM 音楽及びテレビ番組・映画におけるテーマ音楽の浸透 I」結果を踏まえ、1 年経過した本年、どのような結果となるのか再調査を行った。本論では、昨年度と今年度の調査結果の比較を行う。

昨年度の考察に、調査時期が変わると結果が変わるのではないかとした。今年度はその仮説をもとに検証を行う。

1. 調査

(1) 調査対象

長崎純心大学の「基礎音楽」を受講している学生112名。

内訳：児童保育学科 1 年生 110名。 英語情報学科 2 年生 2 名。

性別は女性のみ。

(2) 調査期日

平成26年 7 月。1 コマ90分ずつを 3 クラスに分けて行った。時期としては、昨年度と同様の時期である。

2. CM 音楽

(1) 調査結果

CMとして、思い浮かべる音楽は、どのような曲があるかを思いつくまま全て挙げさせた。

なお、得票数として2票以下は、順位から省くこととした。

平成26年度			平成25年度		
順位	得票数	CM 商品名・企業名等	順位	得票数	CM 商品名・企業名等
1	41	ヤマハ音楽教室	1	24	チキンラーメン AC
2	38	明治チョコレート	2	19	マクドナルド チャルメラ
3	36	グリーンダカラ	3	18	明治チョコレート
4	33	アコム	4	15	イオン (20日30日5%) ミスタードーナツ
5	28	オロナミンC	5	14	消臭力
6	26	イオン 岩崎角煮饅頭	6	12	ファミリーマート
7	25	クリアアサヒ ミスタードーナツ	7	11	セブンイレブン セキスイハイム
8	24	カフェオレ (グリコ)	8	10	ココウォーク fit's
9	23	AC JAPAN	9	9	伯方の塩 かっぱえびせん
10	22	タマホーム	10	8	コアラのマーチ タマホーム ヤマハ音楽教室 ヤマダ電機 コジマ電気 カール エレナ
11	20	爽健美茶 コアラのマーチ 公文	11	7	爽健美茶 オロナミンC 夢彩都 岩崎角煮饅頭 シーブリーズ アミュ プラザ カルビーポテトチップス
12	18	ピタットハウス セブンイレブン	12	6	明治安田生命(「言葉にできない」・「た しかなこと」) TSUBAKI ブルガリアヨーグルト 正露丸
13	14	雪見大福 森永ココア 長崎物語	13	5	フジパン本仕込み au アサヒビール クリアアサヒ バーモントカレー グリーンダカラ チョコボール
14	13	セキスイハイム 正露丸 ファミリーマート fit's	14	4	金ちゃんヌードル ジャパネットタカ タ ピアノタケモト ダイワハウス ドラッグストアモリ 太田胃散 長崎物語 九十九島せんべい イオン (火曜市)
15	12	マクドナルド 明治ブルガリアヨーグルト	15	3	金ちゃん焼きそば 混ぜご飯の素 グルコサミン ジョア ガリガリ君 CC レモン 文明堂カステラ 十六茶 キンカンのど飴 ジョイフルサン p ゾーン (パチンコ) 味の素オリ ーブオイル サントリークレスト12年 (「ウイスキーがお好きでしょ」)
16	11	Qoo チキンラーメン			※2票以下はランクから省く
17	9	サントリークレスト12年(「ウイスキー がお好きでしょ」)			

18	8	トリス ハイボール 十六茶 グルコサミン 文明堂のカステラ カルビーのポテトチップス ジャがり こ クレラップ アクア (トヨタ) クロネコヤマト p ゾーン (パチンコ)			
19	7	カルピス コカ・コーラ ココウオーク ヤマダ電機			
20	6	ムシコナーズ 長崎豚まん桃太呂 九 十九島せんべい すきや ジャパネット トタカタ キンカンのど飴			
21	5	ジョア にんにく卵黄 ビオレ TSUBAKI 消臭力 太田胃散 杉谷おこし かっぱえびせん ベスト電器			
22	4	みろくやちゃんぼん 金ちゃんヌードル バーモントカレー エレナ エ ディオン トップオ メルティキス ミ ツウロコ ピアノタケモト フレッツ 光 ENEOS NBC 放送			
23	3	アセロラ ビバシティ 健康家族 ブ ルーベリー 赤いきつねと緑のたぬき ニトリ リンガーハット au パビコ ミルクィー チョコレートロッテ NIB この木何の木 (日立)			

(2) 分析・考察

平成26年度の調査結果では、25年度に比べ、たくさんの種類の CM 曲を思いつく学生が多かった。このことから、1つの CMにつき、多数の票や CMの種類が集まったと考える。

① CM 音楽の得票数変動について

26年度は、ヤマハ音楽教室は41票の高得票で1位を獲得。このヤマハ音楽教室は、一時期だけでなく、1年を通して放送されている。そのことも高得票を取った理由と考える。また、順次進行のメロディーラインと、同じメロディーの繰り返しから覚えやすいこと、そして、調査時期の CM 放送では、子供が階名で一生懸命に歌う姿が放送されている。覚えやすいメロディーと印象的な映像から視聴者に記憶に残る CM となっているのだと考える。

「ヤマハ音楽教室」楽譜例



26年度は2位、25年度は3位という明治チョコレートは、同じメロディーで長く放送されており、哀愁あるメロディーが耳に残るため、順位に大きな変動がないのであろう。

「明治チョコレート」楽譜例



また、ランク外から4位33票を獲得した「アコム」のCM音楽は、昨年度の調査後からCMがラガーマンを使ったドラマ仕立ての放送になっている。この放送では、ホイッスルの音の高さとリズムが、アコムのメロディーになっており、CMとしても印象に残る結果となったようである。さらに、このCMは夜に放送されている番組によく流れており、学生が視聴しやすい時間帯であること、覚えやすい旋律であることが記憶に残る要因となったのではないかと考える。

「アコム」楽譜例



「グリーンダカラ」のCMも、26年度にかなり上位へと得票を獲得した。これは、CM音楽としては長い曲であるが、CM放送の内容が「アコム」のように、ドラマ仕立てに仕上がっており、小さな女の子やその妹が出演するなどCM放送を楽しみながら視聴することも、ポイントが高くなった要因の1つではないかと考える。また、この調査時期が7月だったことから、CM放送の回数も多かったのではないのだろうか。

なお、歌詞は、CMの映像内容によって変化をしている。

「グリーン ダカラ」楽譜例



同様に、「カフェ・オレ（グリコ）」のCMもアニメでの放送が始まり、それが音楽と共に印象に残りやすい結果となったのではないかと考える。



白黒つけない
カフェオーレ♪

(グリコ乳業 ホームページ <http://web.cafe-ole.jp/info/> より)

一方、25年度高得点であった「チャルメラ」や「チキンラーメン」は、26年度とかなりの違いがみられた。「チャルメラ」に至っては、26年度は、ランク外で「チキンラーメン」は11票であった。「チキンラーメン」の得票が少ないわけではないが、他に印象に残る CM 曲があったことと、CM を目にする回数が今年度と昨年度とでは違いがあったのではないかと考える。

昨年「AC」の CM 曲として印象が強かったものは、2音で構成され、音も少なくリズムも単純な CM 曲であった。

「AC」楽譜例 (2013 児童教育支援センター年報 第8号)



26年度は、「ACJAPAN」として CM が定着したようで、回答も「ACJAPAN」とあり、楽譜が記譜した楽譜も昨年度とは違うメロディーになっていた。しかし、25年度の CM 音楽のような浸透は得票結果からすると、見られない。これは、団体名自体が変わり、CM が新しくなったことと、単純なゆえに覚えやすい以前の「AC」の方が印象に残りやすかったのではないだろうか。

「AC JAPAN」楽譜例



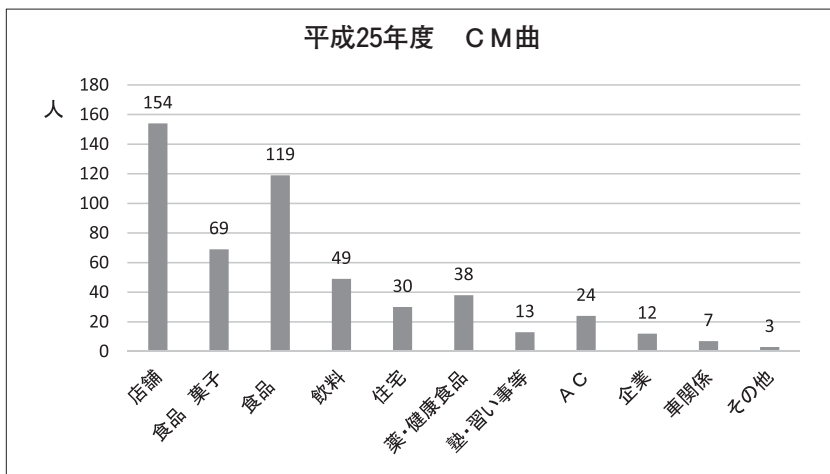
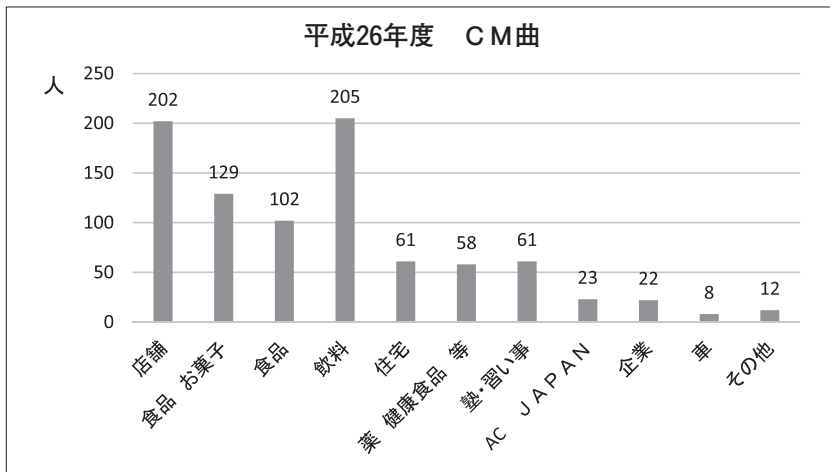
② CM 部門別について

次に、CM を部門別に分類し、分析する。分析に際し、平成26年度の結果と25年度の結果を比較する。

次のグラフを比較すると、店舗・食品・飲料の結果が大きく違っている。店舗や飲料に関しては、26年度に調査した学生の回答数が多かったことが要因として挙げられるが、中でも飲料は5倍近く伸びているため、回答数が多いだけとは限らないのではないかと考える。これは、CM の1つである「グリーンダカラ」「オロナミンC」「クリアアサヒ」「カ

フェオレ」「爽健美茶」が25年度と違い、多数の回答数があったためだと考えられる。

一方で、食品の数が減ったのは、「チキンラーメン」「チャルメラ」の回答数の減少が影響したと考えられる。



塾・習い事等では、「ヤマハ音楽教室」の得票数が影響していると考ええる。

車関係では、25年度は、「車関係に興味を持たない性別や年代」(2013岩瀬 p 33)であることが車関係(ガソリンスタンド含む)の得票が少ない要因と考えていた。26年度では、車関係のCM音楽を挙げたのは、「アクア(トヨタ)」8票である。26年度の場合は、「アクア」のCM単独の票である。このCM音楽は、「千本桜」という曲名でCMではピアノで演奏されている。原曲は、「初音ミク」という架空のキャラクターが合成音源で歌う曲である。初音ミクの原曲を知らない人でも、ピアノの奏でる美しい音と日本の美しい四季の情景を放送したCMが印象に残る内容である。他のCMとは一味違ったランクインとなった。

2年連続して調査してみると、CM音楽として耳に残るものや、長年親しまれているCM

(音楽)もあるが、CMの作り方によって視聴する側の興味をひき、結果印象に残る音楽になっていると考える。さらに、視聴者が一番テレビを視聴する時間帯に回数多く流れているCMや、視聴者が好んで観る番組は視聴する機会が多いため、CM音楽が記憶に残るのであろうと考える。

③ 地域性について

調査をする中で、CMは、地域性が濃く出ると感じた。そこで、CM音楽では食品部門に関して、長崎県と全国の食品のCM音楽の比較をすることにした。

長崎県の食品 CM	得票	全国区の食品 CM	得票
岩崎角煮饅頭	26	明治チョコレート	38
長崎物語	14	コアラのマーチ	20
文明堂カステラ	8	雪見大福	14
長崎豚まん桃太呂	6	fit's	13
九十九島せんべい	6	明治ブルガリアヨーグルト	12
杉谷おこし	5	チキンラーメン	10
みろくやチャンポン	4	カルビーポテトチップス ジャがりこ	8
		きんかんのど飴	6
		かっぱえびせん	5
		バーモントカレー	4
		金ちゃんヌードル	4

全国区の食品CMに引けを取らない長崎県産品の高得票のCM音楽がある。「岩崎角煮饅頭」のCMは、平成27年に入ってからCMの内容が変わったが、調査した頃のCMは音楽が天気予報と一緒に流れるというものと、ドラマ仕立てのCMが続けて放送される内容であった。天気予報と一緒に流れると、視聴者も耳に入りやすくなるのではないだろうか。

一方、「長崎物語」のCM放送がある時間帯は、日曜日の家族で視聴することの多いアニメ番組の影響であると考えられる。これは、後述するテレビ音楽の中でも、上位に位置づけられるアニメ番組の放送枠でこのCMが流れている。このことは、学生が幼い頃から長年耳にした可能性が高いため、このように多く得票を獲得したのだと考える。

この他にも、長崎県産品のCM音楽が多くランクインしたということは、「長崎物語」同様に幼いころから同じ音楽が耳に残った結果ではないかと考える。

3. テレビ・映画音楽

(1) 調査結果

テレビや映画で、テーマ曲や挿入歌として思い浮かべる音楽は、どのような曲があるか

を思いつくまま全て挙げさせた。

なお、得票数として2票以下は、順位から省くこととした。

平成26年度			平成25年度		
順位	得票数	テーマ曲	順位	得票数	テーマ曲
1	69	アナと雪の女王	1	53	アンパンマン
2	50	サザエさん	2	48	ドラえもん
3	46	ドラえもん	3	30	となりのトトロ・さんぽ
4	39	ちびまる子ちゃん	4	29	サザエさん
5	38	アンパンマン	5	20	千と千尋の神隠し
6	23	となりのトトロ・さんぽ	6	18	ちびまる子ちゃん
7	21	コナン	7	17	ミッキーマウスマーチ
8	16	忍たま乱太郎	8	16	ルパン3世 笑点
9	13	ルパン3世 テラスハウス	9	14	ラストシンデレラ
10	11	アラジン あまちゃん	10	12	耳をすませば ガリレオ
11	10	千と千尋の神隠し パイレーツオブカリビアン	11	10	ハリーポッター
12	9	ミッキーマウスマーチ クレヨンしんちゃん	12	9	ワンピース コナン 笑っていいとも パイレーツオブカリビアン
13	8	もののけ姫 海猿	13	8	天空の城ラピュタ MUSIC station キュービー3分クッキング 水戸黄門
14	7	キュービー3分クッキング	14	7	ミッフィー
15	6	ポニョ 宇宙戦艦ヤマト ワンピース プリキュア GUTS!	15	6	魔女の宅急便
16	5	日本昔話 おじゃる丸	16	5	花より男子 タッチ ポケットモンスター
17	4	耳をすませば ハウルの動く城 セーラームーン 情熱大陸 美女と野獣 笑っていいとも のだめ MUSIC station	17	4	宇宙戦艦ヤマト ハローキティ 崖の上のポニョ マルモのおきて 海猿 ゴジラ あまちゃん 踊る大捜査線 金八先生 タイタニック 渡る世間は鬼ばかり
18	3	ZIP ラプンツェル ラピュタ 魔女の宅急便 おジャ魔女ドレミ 徹子の部屋 笑点 金田一少年 虹色 ルーキーズ 永遠のゼロ タイタニック	18	3	プリキュア おジャ魔女ドレミ 忍たま乱太郎 クレヨンしんちゃん 仁 風の子ナージャ 情熱大陸 ターミネーター レ・ミゼラブル ごくせん 世界の車窓から ピタゴラスイッチ もののけ姫 366日 (映画「赤い糸」)

(2) 分析・考察

平成25年度と26年度の調査結果を比較し、考察する。

① テーマ曲の得票数変動について

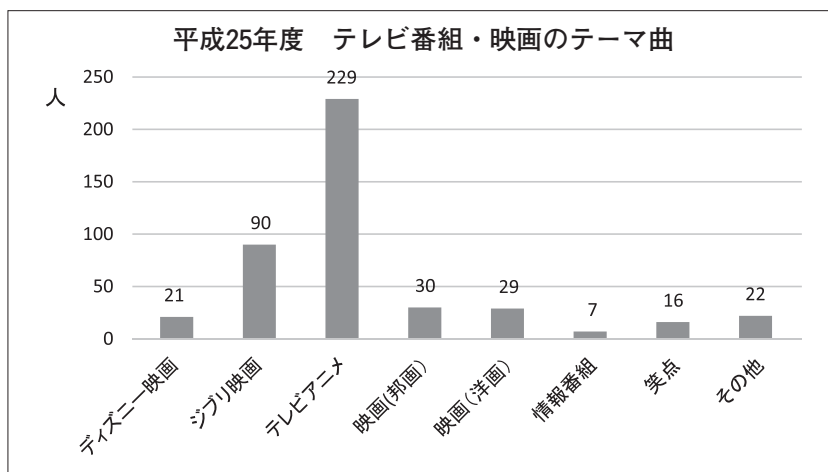
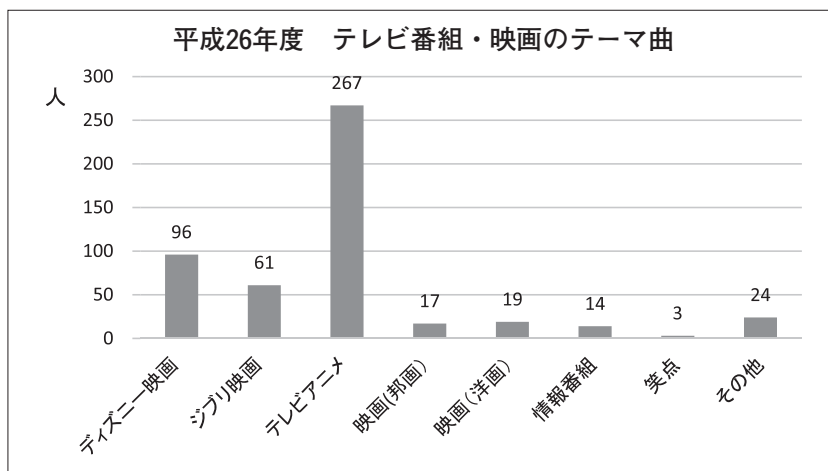
26年度は、ディズニー映画「アナと雪の女王」のテーマ曲のヒットが大きい。調査時期は7月であり、人気が出てきている頃であった。そこで、26年度は「アナと雪の女王」で

使用された曲が圧倒的に多数の得票を獲得した。多くは「Let it go」ではあるが、「となりのトトロ」の「さんぽ」等のように、複数曲を含んだのも特徴である。

また、「サザエさん」「ドラえもん」「ちびまる子ちゃん」「アンパンマン」は、いずれも25年度から上位に位置するテーマ曲である。このテーマ音楽は、番組として幼い頃から視聴していたことが大きな要因であると考えられる。

昨年度「時期を変えると調査結果が変わるのではないかとみられる音楽も見られた。『ラストシンデレラ』『あまちゃん』『ガリレオ』『366日』等は、その例ではないだろうか。」(2013岩瀬 p 35) と述べた。そこで、26年度の調査と比較すると「あまちゃん」以外はランク外となっている。このことから、テレビ番組が終了するとテーマ曲も思い浮かばなくなることがわかる。「あまちゃん」の場合は、吹奏楽で演奏されたり、テーマ曲がBGMとして他の番組で使用されたりしたことも得票に影響があったのだろう。

② テーマ音楽の種類別について



次に、種類別に分類したものを26年度と25年度で比較する。

26年度は、「アナと雪の女王」のヒットにより、ディズニー映画の得票がかなり増えている。ジブリ映画は、25年度と比較して26年度は減ってはいるが、テレビアニメ以外と比較すると高い得票を獲得している。テレビアニメは、26年度もかなり得票が高く、幼い頃から今も放送されている番組のテーマ音楽が根強い人気となっている。

4 考察

仮説として、「調査時期が変われば、結果も変わるのではないか」とした。その結果、1年で大きく結果が変わったのは、CM音楽でもテーマ音楽でも見られた。

CM音楽では、CMの内容が変わったり、放送時間や回数が変わったりすることで、視聴する方が耳にする機会が減ったこと、耳に馴染みやすい音楽かどうかであること、CMが視聴者にとって興味をひくものであるかということが大きく関係しているのではないかと考える。

テレビ番組・映画のテーマ音楽では、ヒットした番組・映画であるかどうかが大きく関係している。また、番組が終了した後の26年度の方が得票が伸びている「あまちゃん」がある。このテーマ音楽は、吹奏楽部等の部活動で実際に学生が演奏した経験があることも影響すると考える。「あまちゃん」以外にも、「ルパン3世」「パイレーツオブカリビアン」等も同様の要因の一つであろう。

しかしながら、CM音楽もテーマ音楽も幼い頃から変わらない音楽として耳にしたり視聴したりしているものは、変わらず得票を得ている。

このことから、調査時期が変われば、変わるものもあるが、普遍的に親しまれている音楽もあることがわかる。

CM音楽については、どの番組を視聴するかによっても、時間帯・番組内容の選択によってもCMを耳にするかしないかで変わる。今後調査を進めるのであれば、CM音楽については、放送される時間帯や番組を含め、慎重に調査する必要があると考える。

引用参考文献・資料

- ・岩瀬由佳 (2013) 「CM音楽及びテレビ番組・映画におけるテーマ音楽の浸透 I —学生を対象とした調査結果の分析を通して—」 児童教育支援センター年報第8号 長崎純心大学 児童教育支援センター
- ・グリコ乳業 ホームページ <http://web.cafe-ole.jp/info/>
- ・サントリーチャンネル ホームページ <http://www.suntory.co.jp/enjoy/movie/>
- ・三菱UFJフィナンシャル・グループ アコム最新CM ホームページ <http://www.acom.co.jp>
- ・MUSIC NET ホームページ <http://music-net.net/aqua-marasy2/>